

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	11 L'international 11.1 Le marketing	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

11 L'international

Avec les facilités de transport et de communication, l'ouverture internationale est à la portée de toutes les entreprises.

Elle est parfois une nécessité quand la concurrence est trop forte ou quand la pression sur les coûts nécessite de trouver des ressources meilleures marché que sur le territoire nationale. Elle est aussi une nécessité pour trouver des relais de croissance : **la prospérité de l'occident n'est soutenable qu'avec le partage des richesses avec les pays en émergence**. Ainsi, nous passons doucement de :

F

- **L'ère du « made in » à celle du « made by ».**
Par exemple, il est difficile d'identifier ce qui est encore propre aux opérations suisses de la multinationale **Nestlé**, si ce n'est le musée de l'entreprise qui est localisé là où le groupe a été créé !
- **L'ère du capitalisme occidental à celle client-roi oriental.**
Les asiatiques représentent plus de cinquante pour cent de la population mondiale.

Ce chapitre traite de :

- L'implantation de l'entreprise à l'international.
- Des différences qu'il peut exister dans la réalisation des opérations à l'étranger par rapport à sa patrie – la **France**.

Ce chapitre reprend les principales fonctions de l'entreprise par ordre d'apparition dans cet ouvrage.

11.1 Le marketing

11.1.1 Le cadre du commerce international

11.1.1.1 L'Organisation Mondiale du Commerce

&

En 1947, 23 pays signent le **General Agreement on Tariffs and Trades (GATT)** réglementant pour la première fois le commerce international de façon multilatérale. Cet accord provisoire est supplanté en 1995 par le **World Trade Organization (WTO)**. Voici les principales clauses du son contenu :

- **La non-discrimination.**
Chaque pays doit accorder les mêmes droits et imposer les mêmes contraintes à tous les autres pays. Cette clause met fin aux accords bilatéraux.
- **La consolidation.**
Tout accord établi ne peut être remis en cause ultérieurement. Il s'agit de rendre le monde de plus en plus libre-échangiste.
Il existe néanmoins des dérogations telles l'agriculture pour l'**Europe** et la culture pour la **France**.
- **L'interdiction des accords bilatéraux**
Il en subsiste encore pourtant de nombreux.
- **L'interdiction du dumping.**
Il s'agit de vendre à perte pour pénétrer un marché.
- **L'interdiction des protections tarifaires.**
Les pays ne peuvent plus utiliser de droits de douane proportionnels au prix du bien ou du service vendu – **ad valorem** – ou fixe.

G